

- социальную рекламу, посвященную охране правопорядка, не вспомнил никто, что можно объяснить ее недостаточным количеством в городе.

Проведенные в рамках исследования фокус-групповые интервью показали, что темы наружной социальной рекламы г. Барнаула часто не интересны молодежи. Большинство проблем, названных наиболее актуальными, вообще не освещены в социальной рекламе, либо в таком количестве и качестве, что остаются практически незаметными для целевой аудитории.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что наружная социальная реклама г. Барнаула имеет достаточно низкое качество. Следует отметить, что не все рекламные обращения содержат конкретный призыв к тем или иным действиям, что, по мнению самих участников снижает эффект социальной рекламы, т.е. она не способна повлиять на решение проблемы.

ЛИТЕРАТУРА:

- 1 Ковалева А. В. Социальная реклама: учебное пособие/А.В. Ковалева, А. С. Азарова, И. В. Тахтарова. Барнаул, 2004.
- 2 Мокшанцев Р. И. Психология рекламы. М., 2000.
- 3 Шекова Е. Л. Социальная реклама: основные понятия // Маркетинг в России и за рубежом. 2003, № 5.

Старунова Ю.В., 2. Орёл

МАГИЯ В СОЗНАНИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Стремительно меняющаяся социокультурная реальность общества переходного периода, обуславливающая трансформацию ценностей, норм личности, объясняет актуализацию проблемы «магия и молодежь» в современном обществе. По оценкам российских социологов В. Ядова, С. Климовой, радикальное реформирование общества и его базисных институтов после распада СССР ознаменовало глубочайший социокультурный кризис, и привело к структурной и ценностно-мировоззренческой неопределённости на социальном, групповом и личностном уровне [7, С. 73].

По Л. Ионину, в СССР роль идентификационной доминанты играла партия, как «институт биографического развития индивидов», в силу её культурной роли (марксистская идеология в СССР постепенно превратилась в культуру, а КПСС из политического в культурный институт). Кроме советской культурной модели, в СССР существовали альтернативные культурные формы. Но последние пребывали в неразвернутом состоянии, как совокупность идей и поведенческих предписаний, по тем или иным причинам не находящие последовательного воплощения в практическом поведении. Культурные модели, имеющие в России многовековую традицию, не получая публичную репрезентацию, перешли в латентное состояние. Поэтому «распад советской культуры и соответствующих институтов ставил страну в состояние культурного опустошения» [1, С. 3]. Образовался мировоззренческий вакуум, вакуум норм и ценностей [1, С. 61].

Этот вакуум быстро наполнился, освободившимися от запрета на публичную презентацию, культурными формами, традиционными для нашей страны, а так же пришлыми, после падения «железного занавеса». Все эти «свободно парящие» культурные формы, к которым можно отнести и магию, дают как бы готовые варианты идентификации, предлагая себя каждому, кто стремится обрести новый целостный образ мира и свое место в нём.

Все это стало возможным в России лишь сейчас, когда на смену официальному государственному атеизму пришла традиционная религиозность и квазирелигиозность народных масс. Оказалось, что современный и, рационально мыслящий россиянин живёт в магическом мире. Эта явная парадоксальность общественного сознания отмечена и Л. Иониным [1]. По его мнению, победа либерально-демократического, рационалистического ми-

ровозрения – лишь декларируемая фикция. На самом деле, чем дальше заходит прогресс, тем в больших масштабах он порождает магическое мировоззрение и сам превращается в магический феномен.

Как известно, молодёжь представляет собой специфическую возрастную, социально-демографическую группу, характеризующуюся своими психофизиологическими особенностями, имеющую специфические социальные и психологические черты, культурные свойства и функции, наличие которых определяется также и тем, что их социально-экономическое и общественно-политическое положение, их духовный мир находятся в состоянии становления и формирования. Она характеризуется своей субкультурой, внутренней дифференциацией, соответствующей социальному делению общества, активнее усваивает предлагаемые социальные нормы и ценности, порой, не отфильтровывая предлагаемую информацию [2, С. 114]. Поэтому именно молодое поколение заслуживает особого внимания при изучении влияния магии на молодёжь.

В таком контексте чрезвычайно важным представляется оценить отношение к магическим практикам современной молодёжи. Обратимся для этого к данным М. Мчедлова [3]. Российским независимым институтом социальных и национальных проблем в ноябре-декабре 1997 г. было проведено общероссийское социологическое исследование, касающееся религиозности российской молодёжи, в результате которого было выявлено, что верующих в Бога среди молодёжи оказалось 32,1 %, безразлично относящихся к религии – 13,9 %; неверующих – 14,6 %. При этом, верящих в магию – 12,4 % молодёжи. [3].

В 1999 г. Л. Новикова совместно с И. Дунаевой, также исследовали религиозность молодёжи. Анализ данных показал, что у этой социальной группы «квазирелигиозность» выше [5]. Индикатором такого «квазирелигиозного» сознания выступал исключённый в анкеты ответ: «Я верю не в Бога, а в магию». Респондентов такого типа было 24,8 %.

В марте 2005 г. Центром социологических исследований МГУ им. Ломоносова проводилось исследование по теме «Молодёжь России», где нас заинтересовали следующие результаты, касающиеся отношения молодых людей к магии: вера в колдовство характерна для 49 % 17-летних; 47 % 24-летних и 45 % людей в возрасте 30 лет. Причём, девушек, верящих в колдовство, в 1,5-2 раза больше, чем юношей, то есть в магию, колдовство верят почти 2/3 девушек и 1/3 юношей [6].

Констатация результатов проведённых исследований свидетельствует о том, что в молодёжной среде интерес к магии имеет тенденцию к возрастанию. С нашей точки зрения, это связано с тем, что системный кризис, затронувший социальную структуру общества с началом перестройки и переходом к рыночной экономике, закономерно привёл к смене социальных ориентиров, переоценке традиционных ценностей. Конкуренция на уровне массового сознания советских, национальных и так называемых «западных» ценностей не могла не способствовать установлению специфического характера культурной самореализации молодого человека. Молодёжный возраст (14 - 30 лет), отличает черты порывистости, неустойчивости желаний, нетерпимости, дерзости, усугубляемые переживаниями амбивалентности социального статуса. Всё это является весьма благодатной почвой для внедрения магического мировоззрения в сознание молодёжи.

В этой связи представляется целесообразным рассмотреть гипотезу об инерционности молодёжного сознания. Одним из первых её выдвинул Л. Митрохин: в результате крушения прежних идеалов в России возникла мировоззренческая сумятица, произошло духовно-нравственное олицание общества, что привело к распаду живой социальной ткани. Образувавшийся вакуум начал заполняться не только ценностями религий, традиционных для России и других развитых мировых религий, но и различными мистическими и оккультными представлениями, неоязычеством и магией [4]. Началось формирование нового ми-

ровоззрения, которое, как считает автор, должно было удовлетворять, по меньшей мере, трём требованиям: во-первых, быть противоположным прежнему мировоззрению и символизировать полное «сжигание мостов»; во-вторых, быть цельным, универсальным, способным ориентировать человека во всём многообразии феноменов повседневной жизни; и, в третьих, иметь приверженцев, готовых убеждённо и настойчиво внедрять его в общественное мнение.

В нашей стране с началом обвалных перемен молодёжь не в меньшей степени, чем старшее поколение, почувствовала разрушение морально-нравственных опор в жизни общества и личности, навязывание, культивирование чуждых нам нравственных принципов и норм, плохо и не к месту скопированных с иной социальной системы, с иного миропонимания. Все это и вызвало новые процессы в сознании молодёжи, её определённое стремление к магии.

Таким образом, социально-культурный фактор является наиболее значимым в формировании молодёжной магической субкультуры. Происходящие изменения в системе ценностей постиндустриального общества составляют идеологическую и мотивационную основу увлечения молодёжи магией, которая связана со стремлением обрести утраченный смысл жизни, экзистенциальные ценности и свою личностную идентичность. Начиная со второй половины 1980-х г.г. в СССР, а затем и в России наблюдались лавинообразный распад единой национальной идеологии, её фрагментация и замена на целую мозаику микроидеологий, вырабатываемых самыми разными группами. Это явление отражало глобальное явление, охватившее мир в последние десятилетия и получившее название постмодернизм. Перестройка ознаменовала собой изменение как в общественном сознании, так и в сознании молодого поколения. Находясь в состоянии духовного вакуума, люди обратились к духовному наследию предков – магии. Мода на этот феномен стала проблемой постперестроечного периода. Часть населения вернулась в Православие. Однако из-за незнания религиозных канонов и нежелания подчиняться церковным иерархам многие занялись поиском новых путей духовного развития, увлеклись мистицизмом и магией.

Но наибольшее влияние на формирование магического сознания у молодёжи, с нашей точки зрения, оказывают СМИ и Интернет, так как в последнее время всё чаще по телевидению и радиовещанию появляются передачи с магической тематикой, а в Интернете, который пользуется большой популярностью среди молодёжи, существует множество магических сайтов и форумов.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Ионин Л.Г. Постмодерн: новая магическая эпоха // Харьков, Изд-во Харьковского ун-та, 2002. С.312.
2. Ковалева А.И. Концепция социализации молодёжи: нормы, отклонения, социализационная траектория // Социс. – 2003. – № 1.
3. Мчедлов М.П. О религиозности российской молодёжи // Социологические исследования. 1998. – № 6.
4. Митрохин Л.Н. Религиозная ситуация в современной России // Социологические исследования. 2001. – № 11.
5. Новикова Л.Г. Основные характеристики динамики религиозности населения // Социологические исследования. 2000. – № 9.
6. Синелгина Ю.Ю. Изменение религиозности населения России. Суверенное поведение россиян. ООО «МОРКНИГА». 2006. – С. 112.
7. Ядов В., Климова С. Процессы идентификации российских граждан в социальном пространстве «своих» и «несвоих» групп и сообществ. Мастер-класс профессора В.А. Ядова. – М.: Аспект Пресс. 2004. – С. 326.

Мудрецова Н.П., г. Екатеринбург

ОСОБЕННОСТИ ОБЪЕДИНЕНИЙ РАБОТАЮЩЕЙ МОЛОДЕЖИ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ КАК